



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES.
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
ÁREA DE CONCENTRACIÓN URBANA

CONOZCAMOS EL TIANGUIS

Trabajo Terminal que para obtener el grado de la licenciatura en Sociología
presenta:

LETICIA RODRIGUEZ MENDOZA
MATRICULA: 204210227

ASESOR:
DRA. PRISCILLA CONNOLLY DIETRICHSEN

SINODALES:
DRA. MARIA SOLEDAD CRUZ RODRIGUEZ
LIC. MARIA CONCEPCIÓN HUARTE TRUJILLO

Diciembre 2009

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.	2
I PROBLEMÁTICA DEL COMERCIO EN EL TIANGUIS.	6
II COMERCIO INFORMAL.	10
2.1 Tipos de comercialización.	13
2.1.1 El tianguis	13
III ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA.	15
IV EL TIANGUIS DE SAN FERNANDO COMO ESTRATEGIA DE SOBREVIVENCIA	19
4.1 Contexto.	19
4.2.1 Características generales del Tianguis de San Fernando.	21
4.2.2 La organización del Tianguis	24
4.3 Irregularidades dentro de la organización	27
4.4 Los comerciantes y su relación con el Tianguis	29
4.5 ¿Estrategia de sobrevivencia en el Tianguis?	30
CONCLUSIONES.	39
BIBLIOGRAFÍA.	45

INTRODUCCIÓN.

Conozcamos el tianguis, es un trabajo que sin grandes pretensiones busca indagar parte de la dinámica que se desprende de este tipo de actividades pertenecientes al comercio informal, que se da en la vía pública.

Esta actividad, responde como estrategia de sobrevivencia para algunas personas que trabajan y dependen de este tipo de comercio.

El estudio es una interpretación acerca de la funcionalidad y los beneficios que aporta el ser parte integral de un tianguis, desde una perspectiva económica y social.

Probablemente en alguna ocasión hemos tenido contacto e interactuado con algún comerciante en la vía pública sin detenernos a pensar que al acudir a él contribuimos en esa informalidad con la que tanto se le nombra al comercio informal. ¿Pero? En el caso del tianguis ¿Será realmente así?, ¿funciona con la misma intensidad su informalidad?, y ¿porqué, si es informal existen personas que se dedican a este tipo de comercio?

El presente estudio hace referencia a la dualidad entre lo formal e informal con que se aprecia al comercio en vía pública, a fin de ubicar nuestro escenario que es el tianguis, dando una panorámica general de lo que lo antecede.

Se dará un análisis descriptivo del tianguis para entender su funcionalidad y bajo que lógica actúan sus integrantes. Cabe señalar que los trabajos existentes con respecto al tema son escasos, y sólo hacen referencia al comercio ambulante en términos generales.

Se dará una descripción tanto de los comerciantes que trabajan en el Tianguis de San Fernando, (específicamente el que se coloca los domingos) en el municipio de Huixquilucan, pero sobretodo en referencia a aquellos que obtienen un recurso monetario, para subsistir, proveniente del comercio informal considerando el comercio del tianguis como una estrategia de sobrevivencia.

Se pretende demostrar qué tan factible resulta este tipo de comercio, como estrategia de sobrevivencia, para aquellos que se dedican a esta actividad, durante alguna etapa de su vida. Además de buscar las causas que originaron e influyeron en su elección.

Describir en qué medida el desempleo es un elemento activador de estas prácticas; así como diferenciar una estrategia de sobrevivencia de una forma de vida. Cabe señalar que el presente estudio diferencia al comerciante (como forma de vida) por oficio vinculado con la familia, del comerciante transitorio (u ocasional).

¿Porqué considerar el tianguis como una actividad que opera bajo la informalidad? Pues al parecer resulta ser un intermediario entre lo formal y lo informal. ¿Qué tan accesible resulta integrarse al tianguis?, ¿Por qué al realizar este oficio, se sustituye una deficiencia laboral?, ¿Qué beneficios otorga a quien se integra en el tianguis, realmente resulta una estrategia de sobrevivencia?, ¿Bajo qué aparente lógica el comercio en la vía pública es una solución oportuna para aquellas personas que se encuentran en situación de necesidad o de desempleo?, ¿Será que debido a esas circunstancias, el tianguis continúa vigente?

Como hipótesis este trabajo sustenta que: *Sólo en la medida en que el comercio del tianguis permite a los individuos de escasos recursos la obtención de un medio económico de subsistencia, y por ende cubrir sus necesidades. Sólo así, representa una estrategia de sobrevivencia, por lo que la continuidad y la constancia en esta actividad generan una forma de vida.*

El tianguis es una forma de comercio en vía pública que a su vez es una actividad informal que afecta al comercio establecido, pero muy a pesar de su condición de irregularidad actúa como una estrategia de sobrevivencia, ante la carencia laboral.

Debido esto, este trabajo considera importante tomar en cuenta la informalidad, y la irregularidad con que operan, como ejes conductores en relación al comercio del Tianguis.

En nuestro primer capítulo se hace un acercamiento a la problemática del tianguis desprendido de la dicotomía formal e informal que lo caracteriza, que además responde

como opción laboral para un grupo de personas de escasos recursos. Debido a la informalidad con que se concibe al tianguis ha sido necesario conocer el precedente histórico en el ámbito comercial de México. El tianguis ha existido antes, durante y después de la formalización del actual esquema económico, nutriéndose en parte del vínculo cultural, económico y social, que ha plasmado y representado la pintura histórica de la concepción del comercio informal. Donde los procesos circunstanciales han permitido su existencia, y su constancia en el largo proceso económico que experimenta día a día nuestro país, como un distintivo en zonas populares; estable fijo como un camaleón en el tiempo.

Por otra parte se reconoce al comercio en vía pública como una faceta del sector informal urbano que ha absorbido parte del excedente de mano de obra, tal como lo menciona Tokman, debido a esto se ha considerado hacer hincapié en el comercio informal pues resuelve necesidades laborales de un grupo de personas que no ha logrado integrarse al sector económico formal como lo indica Mendoza, considerando esta actividad informal un antagónico del comercio establecido, reglamentado y reconocido por autoridades. Por su parte Cuellar menciona al comercio en vía pública como estrategia de sobrevivencia, donde el tianguis representa una actividad más que configura la informalidad con que operan estas actividades. Pese a lo que se cree del tianguis, este opera bajo circunstancias diferentes, ya que cuenta con una serie de reglamentaciones, es reconocido por autoridades por lo tanto reduce el termino de informalidad con el que se le hace referencia, aunado a esto el tianguis es además una opción que permite analizarlo como una estrategia de sobrevivencia, esto es lo que se trata en el segundo capítulo.

El capítulo tres menciona parte de la conformación y configuración del concepto de estrategia de sobrevivencia, cómo se ha ido modelando e interpretado, esto con el fin de entender una de las dinámicas con que operan los individuos en la elección del comercio.

El apartado hace una distinción entre una estrategia de sobrevivencia de una forma de vida. Y de cómo la estrategia aparece como la resolución a necesidades imprevistas, ante la pluralidad de opciones dentro de las cuales el individuo forma su elección.

En el capítulo cuatro podemos indagar sobre el tianguis como un bosquejo de colorido, de pluralidad y diversidad entre sus componentes y sus formas. Pues la actividad del comercio representa una parte expresa entre las prácticas cotidianas, de convivencia, de intercambios recíprocos, e intereses contrapuestos que se dan en un mismo sitio en común como lo es el tianguis, mostrando que hay quienes le sirven, y se sirven de él; sea como alternativa abierta en el complemento económico, o como una ventaja que ha logrado pasar este proceso de inserción. Qué aparece en ocasiones como una forma aprendida de padres a hijos aprovechando tanto las ventajas y desventajas que acarrea este tipo de comercio. Sin duda es un fenómeno que aparece como opción social, que se ha reproducido en zonas populares como una forma de abastecimiento para diversos sectores de la población.

El tianguis representa sin duda alguna una fuente abastecedora de ingresos, de productos, y de actividades diversas para todo aquel que se permite conocer y acceder al tianguis.

CONOZCAMOS EL TIANGUIS*

I PROBLEMÁTICA DEL COMERCIO INFORMAL EN EL TIANGUIS

El comercio en vía pública se ha entendido en términos generales como una actividad informal que afecta al comercio formal. Llama la atención debido a que esta práctica aparece como principal fuente de ingresos para un pequeño o gran sector de la población. El tianguis representa una de las actividades del comercio en vía pública intermedia entre la informalidad, y la formalidad. Además representa un importante y principal abastecedor de productos básicos, que constituyen el abasto popular para familias de recursos limitados para las zonas populares, que en el caso de los comerciantes funciona como un modelo receptor de ingresos.

Se entiende que la relación existente entre la informalidad, con que opera el comercio en la vía pública, facilita el acceso a personas de bajos recursos a realizar esta práctica. Sugiere una estrategia de sobrevivencia sólo para algunas personas de escasos recursos (la valorización al elegir el tipo de actividad, la determina el individuo según sus propias experiencias). Ofrece ciertas libertades al efectuar esta actividad e inclusive resulta ser una buena herramienta para obtener beneficios económicos a corto plazo. De allí que la estrategia de sobrevivencia se sirva de lo informal como de lo irregular ya que permite para unos un beneficio económico transitorio, y para otros, una forma efectiva de ganarse la vida. Esto demuestra a personas que se encuentran económicamente activas, en un sector productivo que lejos de ser el más idóneo resulta ser el más práctico.

El Tianguis es una de las expresiones del comercio en vía pública que aparece como comercio formal, debido a que cuenta con el consentimiento de las autoridades. Pero que se considera dentro de lo informal por la insuficiencia normativa.

* El presente trabajo forma parte del proyecto, *globalización y territorio. identidades locales y urbanas* a cargo de la Doctora Cruz Rodríguez María Soledad, y la Doctora Sánchez Mejorada María Cristina, que se realiza en el municipio de Huixquilucan, este proyecto pretende explorar parte de los usos y costumbres de sus pobladores, con relación a su espacio, y las identidades que en el se forman.

Para hablar de la problemática con respecto al tianguis es necesario referirnos al término informalidad, pues en él se expresa algunas formas en las que se mantiene ocupada parte de la población económicamente activa (PEA).

Se entiende por *informalidad* a aquellas actividades que están fuera de un marco legal preestablecido, que carece de una regulación institucional, y de formalidad reglamentaria, e incluso protocolar. En el caso del Comercio en Vía Pública (CVP) no son reconocidas por el sector o grupo formal (institucional), de allí que el concepto *informalidad* en ocasiones se vincule a lo ilegal o lo ilícito, o con irregularidades de estas actividades.

La informalidad es aquello que no se respeta pero se tolera, permitiendo cambios a través de las acciones permisivas de las personas hacia otras acciones no reglamentadas, que se van modificando y tolerando. El resultado de estas acciones hace referencia a irregularidades¹. La informalidad es una respuesta a las deficiencias de la formalización² (Lomnitz: 1998) del sistema económico, social, político e incluso cultural generando un “dualismo”³, entre el sector formal, formado por personas más calificadas para empresas organizadas, y por otro lado, al sector informal donde se inserta una parte de la población que al no poder ingresar a un trabajo formal opta por la informalidad⁴.

La informalidad gana espacios a través de las acciones permisivas de las autoridades hacia este tipo de acciones no reglamentadas, genera pérdidas al comercio formal y establecido.

¹ La irregularidad puede significar una acción no cumplida o complementada, de una regla, norma, o reglamentación interna existente. Qué es subestimada al no cumplirse pero que no compromete al conjunto a ser informal.

² Larissa Lomnitz explica que las actividades informales al no ser reconocidas legalmente o al no ser reglamentadas, su funcionalidad se enfocada en redes informales de intercambio, basándose en informalidades describiendo la “informalidad” como forma alterna a la formalidad que encuentra respuesta, de las deficiencias de la formalización generando un mecanismo que se adapta y se convierte en un círculo vicioso. A través de un estudio basado en el crecimiento de las barriadas en torno a las grandes ciudades: Lima, México, Perú, valora un fenómeno socioeconómico basado en una funcionalidad en el terreno económico, en Larissa Adler Lomnitz, (1998) “Redes formales de Intercambio en sistemas formales: un modelo teórico”, en *Redes sociales, cultura y poder: Ensayos de Antropología*. México, UNAM.

³ Dos formas de organización que participan dentro de un mismo mercado y operan entre ellos en relaciones complementarias.

⁴ Fernando Mires, diría que no es una dualidad, la concepción formal- informal, es más bien una comparación, dentro lo que podría ser considerado como un ideal (formal) y lo que no cumple las expectativas (informal).

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Cámara de la Industria y del Comercio, la Secretaría de Salud, son algunas de las instancias e instituciones que sancionan el incumplimiento normativo de las actividades económicas. En el caso del comercio informal se está fuera de la regulación de autoridades involucradas, y en ocasiones fomentan situaciones de abuso e irregularidad de aquellos que ejercen este tipo de comercio. ¡Pero!, *¿Qué sucede cuando existen normas, e instancias que lo acrediten y lo reconozcan, cómo en el caso del tianguis?, ¿sigue siendo informal?*

La mayoría de los comerciantes sólo solicitan el permiso ante el municipio o la entidad federativa a la que se adscriben, pero no cumplen en su mayoría con los lineamientos legales que requiere el comercio formal.

Otra parte de la problemática proviene de la irregularidad con que opera este tipo de comercio. Las irregularidades, son deficiencias en la forma administrativa, ya que la formalización presupone el sometimiento a una reglamentación legal derivada de una autoridad o institución reflejada por medio de normas y sanciones.

La informalidad del comercio en vía pública como se le conoce el día de hoy (en la ciudad de México). Antecede a un proceso de reglamentación que se dio a partir del cambio estructural posterior a la conquista española, afectando así al sistema de comercialización, el conocer parte de su historia nos permite entender que lo genera informal.

El tianguis⁵ representaba el principal sistema de comercialización que se dio en espacios de uso común, como lo fue en su tiempo el tianguis de Tlatelolco⁶. Cuando se dio la Colonización en México. La corona Española impuso modelos con esquemas de dominación, tanto espacial como territorial (y en ocasiones raciales)⁷. Las prácticas cotidianas, y el uso de espacios se vieron afectadas. En el caso de actividades de mercadeo

⁵ Información Consultada en Memoria del Foro sobre el comercio en vía pública en el Distrito Federal, Secretaría de Desarrollo Económico, México, 1997.

⁶ Tianguis que existió antes, y durante la Colonización, su propósito principal era abastecer a los habitantes, este era muy extenso y de gran variedad.

⁷ Más acerca del impacto entre la dominación económica, transculturación religiosa y el impacto sobre la cultura mexicana por la conquista española, ver en, María Soledad Cruz Rodríguez, en "Espacios de mestizaje cultural" en *LA EMERGENCIA DE UNA CIUDAD NOVOHISPANA, LA CIUDAD DE MEXICO EN EL SIGLO XVII*, UAM-A, México, 1991.

restringiendo la acción para efectuar el comercio en la vía pública (para los indígenas) aunado a una promoción de espacios exclusivos, destinados por las autoridades para la venta de productos, a fin de organizar el comercio y establecer un orden. De allí que se comenzará a generar una reglamentación, a fin de controlar la vía pública por medio de permisos expedidos por una autoridad.

Desde 1541 se generaron medidas de ordenamiento para el comercio como una forma de regulación por parte del Ayuntamiento, restringiendo el comercio a ciertos lugares. En 1623 y 1644 el ayuntamiento prohibió la venta en el Baratillo un mercado que tenía una concentración de comerciantes de menores ingresos que exponían la venta de mercancías de segunda mano e incluso robadas. Esta prohibición fue ignorada por lo que se siguió generando la informalidad y el comercio siguió creciendo aún con las restricciones impuestas por el ayuntamiento. El comercio en vía pública se ha mantenido como un *mercado informal*, pues el desconocimiento y la prohibición de las autoridades han permitido que continúe y se genere su *informalidad*.

El tianguis era el único acceso de abastecimiento para los indígenas y después de ser desfragmentado por los españoles, continuó funcionando en pequeñas células logrando subsistir a través del tiempo.

Hasta aquí se entiende que la reglamentación no fue previa, no existía antes de, si no después del tianguis, entonces, ahora es preciso saber porque se le antepone el nombre de comercio informal.

II COMERCIO INFORMAL

El Comercio en vía pública es una faceta del sector informal **urbano** que resuelve en primera instancia, parte de las necesidades laborales de un grupo desempleado, y excluido del trabajo remunerado con condiciones de seguridad social y laboral. Por otra parte, cubre necesidades de abasto de una población, tanto de bajos ingresos, como de ingresos medios. En el caso de la colonia popular, representa una de las prácticas sociales más recurrentes que se dan en este territorio urbano. En el tianguis, se dan intercambios de recursos económicos, culturales, políticos, y sociales que puede ser analizado, a partir de este tipo de poblamiento. Al ser semifijo, permite analizar el impacto entre las necesidades explícitas o implícitas que generan este tipo de comercios.

Para Tockman, (1994:16) el *sector informal*, absorbe parte del “excedente de mano de obra” a través de actividades informales como el comercio en vía pública, (CVP) presentándose en contextos donde las crisis económicas generan altas tasas de desempleo, con contracciones salariales⁸ y aumento en los precios de bienes de consumo impactando negativamente en los niveles de vida de la población. Debido a esto, parte de la población se ve obligada a buscar fuentes alternas de ingresos que permitan provisionar medios de subsistencia, acotando la percepción del comerciante en vía pública (cvp) como “...un simple ciudadano, regularmente pobre, cuyo único espacio de reproducción es la calle⁹, situación económica con etiqueta social de (“vendedor por cuenta propia”), presente en el mercado de la ciudad como vendedores de un producto o prestador de un servicio”. (Lezama, 1990; 659).

Torres (1995:b)indica que el estancamiento del mercado , y la reducción del gasto público en el renglón social, son parte de las causas por las que muchos individuos y familias participan en la búsqueda de ingresos económicos adicionales, y una de esas opciones es el comercio informal. Además menciona que la apropiación de la vía pública es una forma de captación económica que permite a los individuos la obtención de un medio de subsistencia. Esta actividad económica en la vía pública es “área receptora de

⁸ Tockman E. Victor.

⁹ Secretaria de desarrollo económico, Dirección General de Abasto y Distribución.

aquella población que la seleccionó como alternativa de sobrevivencia...” (Torres, 1996.b:159).

La apropiación de espacios públicos y la infraestructura urbana (llámese banqueta, jardinera, avenidas) ha resultado ser una opción ideal para ejercer dicha actividad, ya que reduce una inversión (la de rentar o invertir en un local, medio que sirve para exponer las diferentes mercancías de estas personas que se dedican al comercio) donde su uso “público” pasa a convertirse en ocasiones en exclusivo o “privado” por los comerciantes de la vía pública.

“El comercio en vía pública es una actividad que opera como ocupación de refugio y supervivencia para la población urbana más desfavorecida ante la escasez o deterioro de las alternativas laborales en los sectores rural y formal urbano,¹⁰ operar en ocasiones como alternativa microempresaria para lograr movilidad económica y social” (Mendoza:1997).

En ese sentido, el comercio en vía pública resulta una *estrategia de sobrevivencia* para algunas personas que no tienen un ingreso proveniente del sector formal; generando una relación cvp-estrategia de sobrevivencia, orientado a fines económicos donde los individuos actúan y responden de manera racional (la obtención de un ingreso para vivir), (Cuellar, 1996; 197).

A su vez, el CVP representa una alternativa de consumo para las clases populares quienes, al obtener un salario con poder adquisitivo limitado, optan por abastecerse en lugares de fácil acceso y bajos costos, como lo son los *tianguis*.

Así este fenómeno aparece como una alternativa abierta para quienes no tienen oportunidades de empleo en los circuitos formales del mercado de trabajo. Posteriormente estas actividades funcionan como una forma de vida habitual, ya que al haber sido consolidadas, dejan de pertenecer a este concepto, pero lejos de que el concepto de *estrategias de supervivencia* sea un término obsoleto, existe una posibilidad de que este

¹⁰ Dr. Jorge Mendoza, Dir. Depto. de Economía de Graduados, Tecnológico de Monterrey, foro sobre el comercio llevado a cabo en México D.F. en 1997 por la Secretaría de Desarrollo Económico. Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución.

concepto siga actual, y como una forma de analizar la dinámica de sobrevivencia en la familia.

El comercio en vía pública sirve de tránsito para adquirir un incentivo económico y que propiamente es un recurso, o un medio, que implica una alternativa que puede o no ser fija. Soto indica que el comercio informal tiene dos modalidades: una que es ambulante, y otra de mercado informal en distintas etapas, donde la persona comienza de ambulante pero no con el propósito o el compromiso de quedarse en la calle por siempre, si no con el propósito de desarrollar condiciones más favorables. Esta actividad permite beneficios a través de intercambios recíprocos de bienes y servicios, bajo el uso de sus capacidades intelectuales, de compadrazgo así como de su entorno e incluso de sus redes sociales, pues ha servido como medio estratégico receptor de ingresos económicos fuera de un marco legal (Tokman:1995).

El CVP tiene ventajas y desventajas. Entre sus ventajas se aprecia el acceso y flexibilidad; ya que no requiere requisitos, ni obligaciones (existen pero no las ejercen por eso son ilegales) legales, no requiere gran inversión (Torres: 1997). Se es su propio jefe a través del autoempleo, no requiere grandes conocimientos, (salvo lo básico; saber contar, hacer cuentas, y saber leer y escribir.) permite elegir el lugar donde se establece, (salvo acuerdo con el líder o las autoridades). No existe horario fijo para vender (salvo en los tianguis que si tiene una reglamentación en cuanto al uso del suelo), no requieren de gran estructura o soporte técnico, utilizan la luz del día, el comerciante elige la temporalidad del negocio (según intereses), la interacción es directa con los clientes, (a la mano, “oportunismo”) se establecen en las avenidas, calles y lugares más transitadas que exponga la mercancía al cliente, mismo que puede darse el lujo de regatear¹¹ (esto es una ventaja del CVP que reciben los consumidores).

¹¹ Es la forma coloquial en la que se conoce a la forma de persuadir a un comerciante con el fin de que el comerciante haga un descuento en el producto que el consumidor desea adquirir, el beneficio radica en ahorrar una cantidad de dinero, haciendo que el producto deseado baje su costo.

Entre las desventajas se encuentran extorsiones y abuso por las propias autoridades, trabajan bajo condiciones insalubres, no tienen prestaciones.¹² La mercancía que ofrecen no tiene garantía (generando pérdidas tanto a comerciantes como a compradores) puede ser defectuosa, y es de dudosa procedencia. El trabajo requiere de gran esfuerzo físico (algunos investigadores lo consideran como sobreexplotación). Los comerciantes contaminan visualmente, auditivamente, y ecológicamente en los lugares a los que acuden, lo que origina mucha basura en la vía pública, dañan parte de la infraestructura urbana, se cuelgan de los postes de luz con los llamados “diablitos”. Saturan avenidas y el acceso a diversos lugares, pagan una cuota a sus líderes que la mayor parte solo retribuye a los líderes y no es reutilizable en la infraestructura de la ciudad, o los lugares donde se realizan estas prácticas.

2.1 Tipos de Comercialización.

Los tipos de comercialización difieren en cuanto al espacio, el lugar y el tipo de producto que ofrecen: Desde el comerciante que ofrece artículos de hogar en hogar “ambulantes”; los “topos” que utilizan los pasillos del metro; los que van en el transporte público (sobre todo el metro) “vagoneros”; en avenidas donde los comerciantes esquivan los autos y a las autoridades, los llamados “Toreros”; aquellos que tienen puestos semifijos, y aquellos que se establecen y se apropian de avenidas y calles con estructuras metálicas conocidos como comerciantes en vía pública.

2.1.1 El Tianguis.

En zonas populares es común encontrar formas de abastecimiento temporal, una de estas formas es el Tianguis, que además forma parte del comercio que se da en vía pública, cuyas características son:

Es un mercado “rodante”¹³ que de forma habitual, y en determinados días de la semana utiliza una parte de la vía pública donde concurren comerciantes¹⁴ (tianguistas) a vender

¹² Prestaciones (de ley) se entiende aquellas obtenidas por empleos formales, que ofrecen algunas empresas en México como el servicio de Seguro social, goce de aguinaldo, prima vacacional, derecho a la vivienda, jubilación, etc., Por mencionar algunos.

¹³ Llamado rodante por que dentro de sus características, esta la de rodar (o rotar) los lugares a donde van a vender sus mercancías, la mayoría de las veces no están en la misma organización y se intercalan con otras organizaciones.

artículos de primera necesidad; básicos y de consumo como ropa, alimentos y artículos de temporada. Los tianguistas operan bajo un permiso previo que otorgan las autoridades correspondientes de la zona, en ocasiones¹⁵ administrado por *vía pública*¹⁶. El comercio que se da en el tianguis muestra un comercio activo que funge bajo la denominación de organización comandada por un líder. La dinámica de este tipo de comercio radica en cambiar de lugares en diferentes días de la semana. Los lugares donde se presentan los tianguis son básicamente colonias populares y a veces han sido designados por las autoridades correspondientes de la zona, otras veces es el líder quien solicita y elige el lugar a establecerse, claro una vez que ha cumplido con los requisitos solicitados por la autoridad.

La organización recurre de manera constante el mismo día de la semana en el mismo lugar para instalar los comercios, y en algunas ocasiones acude a otras colonias en otros días de la semana. Los tianguistas pueden integrarse ó pertenecer a diferentes organizaciones lo que les permiten acudir a distintos lugares en diferentes días de la semana.

Los *tianguis* tienen diferentes formas y tamaños, utilizan una gran superficie territorial, segmentada, el volumen donde se generan estas operaciones cambian según contexto y territorio, dependiendo de las condiciones y la variedad de sus productos. La composición de la estructura de estos comercios es de material removible, ligero y de fácil manejo, esto con el fin de armar, desarmar o de desalojar el espacio que utilizan, ya que deben dejar libre el espacio utilizado en la vía pública el mismo día en que acudieron a ofrecer sus productos.

Los tianguis representa a grandes rasgos el abasto popular, su actividad corresponde a su adaptabilidad, muy relacionada con las estrategias, y se hace posible su realización en diferentes momentos del desarrollo urbano de la ciudad¹⁷, o por lo menos esto es lo que

¹⁴ Apartado XV tianguis, Mercado que se instala de manera habitual determinados días de la semana, en las Zonas adyacentes de los mercados o bien en los pueblos o colonias, al que concurren comerciantes para vender artículos de primera necesidad, ropa y artículos de temporada, previo permiso otorgado por la Dirección. En el Reglamento de Mercados y vía pública. Reglamento de Mercados y vía pública. Huixquilucan, Estado de México.

¹⁵ Puede variar el nombre del departamento que se encarga de la administración de vía pública.

¹⁶ Denominado así el departamento que se encarga de administrar y regular a los comercios en vía pública, sobre todo en el Estado de México.

¹⁷ Secretaría de Desarrollo Económico, ver en la Jornada, publicada el 6 de febrero del 2008, artículo de Ángel Bolaños Sánchez.

asegura la Dirección General de Abasto, Comercio y Distribución de la SEDECO, ya que en algún tiempo la primordial creación de tianguis fungían con el papel de bienestar social.

El tianguis es considerado comercio informal debido a que existe toda una reglamentación económica, que regula dicha actividad. Pero también se habla del tianguis como un término medio, pues por una parte se cumple de manera legal ante las autoridades. Aunque representa irregularidades dentro de su organización no lo hace ilegal porque tiene un reconocimiento social tanto por la población como por la autoridad correspondiente.

Hasta este punto el tianguis se convirtió en una opción con la cual pueden considerarse algunas personas como actores económicamente activos. Persiste bajo un reconocimiento por parte de autoridades para llevar abastecimiento a zonas populares. Nos ha permitido además apreciar el porque al tianguis se le conoce como parte del comercio informal.

En el siguiente apartado se hablará y describirá que son las estrategias de sobrevivencia para entender la relación que tiene con este estudio.

III ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA

Cuando pensamos en el sustento de una familia por lo regular pensamos que es el jefe de hogar quien se encarga de la manutención de los miembros que la componen. Anteriormente el Jefe de hogar era quien aportaba la manutención familiar, pero ¿qué pasa cuando el padre se queda sin empleo?, o cuando el ingreso es insuficiente. Algunas veces la mujer ha tenido que ayudar en la ampliación del ingreso, así poco a poco se ha ido incorporando a la participación por la búsqueda de incentivos económicos extras. Ya sea por medio de tareas externas o actividades alternas que permitan colaborar en la economía familiar, (finalmente es la ama de casa quien se encarga de la administración del ingreso en el hogar) en la búsqueda de un “plus”. Los hijos también han tenido que incorporarse a toda esta dinámica, cuando crecen y son capaces de proveer un ingreso

convirtiéndose en una parte activa en la economía familiar. Independientemente de si sus aportes son totales o parciales de la totalidad del ingreso en el hogar. Aun cuando el aporte no es directo a la economía del hogar, aparece como una estrategia de sobrevivencia pues soluciona en primera instancia parte de sus gastos y al hacer esto, deja de solicitar un recurso económico a sus padres, cubriendo sus gastos personales, lo que equivale a un cambio económico dentro del hogar. No sólo cambian su condición, pasan a ser portadores del gasto familiar, contribuyen al ahorro del gasto económico generando un menor gasto hacia él, por parte de los padres. Los padres dejan de invertir sobre uno de sus miembros, disminuye en pequeña o grande medida el gasto familiar.

Parte de lo que se ha mencionado en este párrafo representa lo que en breve se describen como estrategias de sobrevivencia (supervivencia).

Cuando se hace referencia a las Estrategias de sobrevivencia, se hace referencia a los medios y las formas en las cuales los individuos se basan para adquirir los recursos que les permita sobrevivir; traducidos básicamente en ingresos monetarios aunque existen otros en especie.

Se dice que las Estrategias de sobrevivencia son formas variadas para adquirir el sustento, algunas de ellas se apoyan principalmente en la informalidad. Es el individuo quien elige la que a su parecer es la más factible, en este caso la estrategia sugerente es el comercio en la vía pública.

El concepto de “estrategias de supervivencia” tiene sus orígenes a partir del inicio de crisis económica en el sur de América Latina en los 70 mediante el debilitamiento del modelo existente de acumulación de capital que en el caso mexicano fue el Estado Benefactor.

Palma (Oswald,1991:18)define “estrategias de supervivencia” como “el conjunto de iniciativas que complementan el salario en términos de la reproducción de fuerza de trabajo”¹⁸ Estas representan formas alternas entre las cuales opta el individuo para

¹⁸ Refiriéndose a acciones que se comenzaron a dar en Chile después del golpe militar entre 1973 y 1975 el caso de invasores de terrenos urbanos como estrategia de supervivencia. Esta definición se enfocó a un grupo de personas que buscaban la forma de apropiarse de un espacio para vivir, como resolución en aspectos económicos. Una de las situaciones de reproducción física de las familias era la de asentarse en campamentos. En México se dio un ejemplo muy similar con cuestiones políticas ya que un grupo de personas “paracaidistas” se apoderaban de extensiones de terrenos para fincar sus casas en una forma de clientelismo político, pues quienes apoyaban este movimiento fungían como intermediario, como lo fue el PRI (partido Revolucionario Institucional, partido gobernante) una vez que se instalaban y más o menos se

acceder a incentivos económicos, culturales, políticos, o sociales, apoyándose algunas veces en el uso de redes sociales, el subempleo, e incluso la práctica de actividades ilegales, o actividades informales afectando directa o indirectamente la relación con cada uno de los individuos pertenecientes de un núcleo familiar, pues el apoyo de diversas acciones pueden proveer o aprovechar una forma de apropiación de ingreso o apoyo económico que se puede entender como una alternativa, la opción la elige el individuo para proveer sus recursos económicos.

Por otro lado Oswald (1991:28), menciona que las “estrategias de supervivencia” forman al capital y autoexploración del sector popular para lograr la reproducción de fuerza de trabajo” es una forma de capital, y de ingenio, por medio del auto empleo que permite encarar una necesidad; sólo que su termino se refiere a un sector específico de la población, a grupos necesitados de bajos recursos enfrascándolos en un sector marginal, pero olvida que no sólo los sectores populares en algún momento se ven en la necesidad de buscar formas alternas para subsistir; ya que exceptúa a otros sectores sociales, o a individuos que en algún momento requieran una estrategia para enfrentar adversidades.

La estructura del hogar es sin duda un importante punto a tratar, ya que de su composición, es como puede analizarse claramente si es una estrategia o una forma de vida, y en que medida cubre las necesidades de estos individuos. El Programa de Investigaciones sobre Población en América Latina (PISPAL) incluye comportamientos que aseguren la producción material y biológica del grupo familiar; la obtención de recursos, sobre todo en el nivel económico, de ingresos o de organización y pautas de convivencia” (Oswald:1991:29) asegurando al grupo familiar. Torres toma una definición de Selby, señala que “se refiere a la multiplicidad de modos en que la familia necesitada aprovecha las **oportunidades**, por muy escasas que sean, para obtener los ingresos que aseguren su supervivencia material”. Se entiende por formas de sobrevivencia “Las distintas **actividades** que puede desarrollar un individuo de acuerdo a su facultad intelectual y capacidad de trabajo”, reducidas en **prácticas** cotidianas para seguir viviendo (Torres: 1997). Estas prácticas pueden ser consideradas en algún momento dado

consolidaban los espacios se solicitaban al gobierno los servicios e infraestructura urbana. Sin embargo el término de estrategia de supervivencia este caso está más relacionado con la “complementariedad salarial”.

modos de vida debido a la consolidación de esta actividad, pero estas diversas formas y **opciones** que el individuo elige para su sobrevivencia, son recursos variados que aprovechan recursos económicos que cubran las necesidades de un individuo o de la familia en conjunto, ya sea de forma familiar, e individual, pero que también puede ser ambos.

Martínez Ramírez (2001:73) sostiene que son **mecanismos de resistencia** como respuesta ante las condiciones de **precariedad** que viven cotidianamente y que se acentúa aún más en épocas de crisis económica, con condiciones de austeridad que se desatan después de una crisis económica, se generan formas alternas para paliar las circunstancias adversas que dejan los cambios macro económicos reflejados en el crecimiento económico de cada país, donde el desempleo efectúa un cambio económico en el ámbito familiar que al no cubrir con las necesidades económicas requiere una fuente de ingreso, refiriendo una carga material en cuanto a la reproducción de la familia, tanto de forma económica, biológica, e incluso cultural, ya que al no existir elementos que permitan cubrir las necesidades básicas, es menor la posibilidad de cubrir necesidades complementarias de entretenimiento. “Las estrategias se rigen como forma específica de organización doméstica, donde los elementos son redes de apoyo mutuo, producción de bienes y servicios al interior del hogar para el propio consumo o para la venta de ingresos salariales y la obtención de otros ingresos monetarios” (Martínez: 2001) se constituye un proceso que modifica profundamente la estructura socioeconómica de la unidad doméstica pobre, obligándola a llevar a cabo un conjunto de complementariedad de ingreso y coadyuvan a asegurar, de manera parcial, la reproducción social de sus miembros (Martínez:2001:7) es un “extra” o un “plus”, que implica la búsqueda de “otros ingresos” o de redes de apoyo mutuo, donde los miembros de la familia pasan a ser coparticipes en la producción de bienes y servicios, por lo que se debe buscar un recursos más.

También las Estrategias se pueden entender como una alternativa o una forma opcional mediante la cual un individuo o varios individuos proveen recursos económicos.

El estudiante que se dedica a trabajar en un tianguis durante los fines de semana, para obtener un ingreso que le permita sufragar gastos personales e incluso familiares,

desprende la configuración de la estrategia de supervivencia familiar ya que al obtener este ingreso es la obtención del “plus” independientemente que implique que ésta actividad se convierta en la actividad principal y permanente con la cual él deba obtener siempre sus ingresos.

IV EL TIANGUIS DE SAN FERNANDO COMO ESTRATEGIA DE SOBREVIVENCIA.

4.1 Contexto

Huixquilucan de Degollado se localiza al norponiente del Distrito Federal, limita al Norte con Xonocatlán y Naucalpan; al Sur con Ocoyoacac y Acopilco, y las delegaciones Miguel Hidalgo y Cuajimalpa; al sur oriente con el Distrito Federal; al Oeste con Lerma, y por el Este con Chimalpa delegación de Cuajimalpa.

El sector económico más amplio en Huixquilucan para el 2003, es el sector terciario con un 64%. Huixquilucan tenía a principios de los noventa con 15 tiendas CONASUPO, 9 tianguis, 4 mercados públicos, un rastro, 11 lecherías sociales, 27 molinos y 86 tortillerías, así como 2,359 establecimientos comerciales tanto de giro alimentario como no alimentario. Actualmente existen unos 3,500 establecimientos aproximadamente y el centro comercial más grande de América Latina Interlomas. Los tianguis se han incrementado a 16, existen además cadenas de abasto popular como lo son tiendas de autoservicio, y por supuesto los comerciantes en la vía pública. El tianguis de San Fernando es uno de los más importantes ya que abastece a cuatro colonias que son, San Fernando, la Colonia Retama, la Navidad y el Olivo.

La Colonia “San Fernando” se formó a finales de los años cincuentas, (según sus propios habitantes). Colinda al norte con Interlomas (delimitado por una barda y una maya electrónica), al sur oriente con la colonia “La Navidad”, al sur poniente con la colonia “Retama” ambas pertenecientes a la delegación Cuajimalpa, y por el nor oriente con la colonia El “Olivo” (Huixquilucan).

San Fernando tiene características económica, culturales, y sociales propias, y es en ésta colonia dónde se encuentra el objeto de estudio que es el “tianguis y sus comerciantes”.

La estructura del territorio es heterogénea; es ortogonal, pero en general tiene una traza reticular,¹⁹ su versatilidad presenta calles combinadas, compuestas por pendientes, cerradas, diagonales y andadores, una traza irregular por la parte norte y en la zona de las barrancas. La superficie de los lotes²⁰ varía entre los 90 y 250 m². El acceso a la colonia es por la parte sur, por la vialidad más importante; la avenida principal llamada San Fernando, misma que sirve de tránsito para la entrada y salida a la colonia además esta vía la comunica con la colonia La Navidad (Cuajimalpa).

Actualmente San Fernando tiene aproximadamente entre 50 mil y 60 mil habitantes²¹ lo que indica que es una colonia muy poblada que requieren cubrir las necesidades básicas y de consumo de sus habitantes, de allí radica la importancia del tianguis.

La colonia cuenta con los servicios públicos necesarios de vivienda (agua, luz, drenaje, transporte público y vialidades). Se aprecian diferentes tipos de comercio tanto en viviendas como en locales, existen vinaterías, tiendas, locales fijos y semifijos dentro y fuera del mercado, pequeños negocios distribuidos en la colonia, e incluso comercio en vía pública compuesto por pequeños negocios, y tianguis que llegan a esta población.

En la avenida principal “San Fernando” abundan negocios de extenso surtido, se aprecian comercios formales o informales en vía pública fijos y semifijos. La mayor concentración de comercios se encuentra al centro sur; desde la calle Reyna, avenida principal San Fernando hasta prolongación San Fernando esto debido a que es la parte más concurrida por ser el acceso a la colonia donde transitan sus habitantes diariamente.

¹⁹ San Fernando es una colonia muy poblada, la mayoría de sus calles se conecta con la avenida principal. (claro existen algunas que están excluidas como los andadores, y otras calles), y es por esta avenida donde se tiene acceso para llegar a la colonia, no sin antes haber pasado un módulo de vigilancia que esta en la entrada de San Fernando).

²⁰ Datos obtenidos mediante una encuesta que se realizó en San Fernando por alumnos de la licenciatura en sociología en mayo del 2008.

²¹ Datos proporcionados en entrevista con el Delegado de San Fernando el C. Calderón, en mayo del 2008

En San Fernando existe un problema de seguridad pública debido a la atención a temporal de parte de las autoridades para la población, derivado de la distribución de la colonia y por la instalación de puestos en la vía pública. El tianguis de San Fernando se coloca los días domingo este es uno de los que imposibilita la acción oportuna para los habitantes. En una de las entrevistas con el delegado Carlos Calderón, comentó que debido al tianguis dificulta el acceso para auxiliar a los pobladores.

La funcionalidad del tianguis se puede describir con relación a la población a la que va dirigida, y de acuerdo al mercado que será el adquirente. Los recursos y la disponibilidad de satisfactores básicos de consumo son importantes para cualquier colonia ya que los requiere la población. En cualquier lugar el residente requiere de un centro de abastecimiento donde pueda adquirir productos de primera necesidad, como lo son alimentos, u algún otro artículo. En *San Fernando* no existen tiendas departamentales, ni grandes centros comerciales, o alguna central de abasto. Esto implica una diferencia entre las formas en que se adquieren los productos de consumo, ya que responde a las características de la población. Es difícil encontrar un tianguis en zonas exclusivas o privada para personas de altos ingresos. El hecho de que el “tianguis” exista en algunos tipos de poblamiento atiende a toda esta cuestión personalizada con la población. Se entiende que a través del tipo de poblamiento existe una diferenciación clara entre las formas de abastecimiento. Se cuenta con un mercado cuyos recursos son escasos o más bien limitados, el mercado es pequeño y carece de productos, y el abastecimiento que requiere San Fernando es mucho mayor. Tal es así que en San Fernando existen más de dos tianguis.

4.2.1 Características generales del Tianguis de San Fernando

En la colonia “San Fernando” existen tres tianguis que se establecen en diferentes días de la semana, fungen bajo diferentes organizaciones, uno de ellos se presenta los días jueves, y los otros dos el día domingo. El presente trabajo sólo analiza el tianguis del día domingo

que opera bajo el nombre de ²², “**mercado rodante Benito Juárez, del Estado de México, Asociación civil**”, que abarca²³ al suroeste con la calle Cartuchos, al noroeste con maestranza, Zitacuaro, hasta Jerecuaro al que se le añaden puntos desagregados de comercios entre las bifurcaciones de las calles, que aprovechan el flujo de personas que recurren al tianguis de San Fernando beneficiándose y ofreciendo sus mercancías sin necesidad de integrarse de forma total al tianguis. Cabe aclarar que estos comerciantes no son reconocidos por el líder como parte de sus agremiados.

El tianguis es un importante abastecedor para los habitantes de San Fernando, sobre todo por los productos de primera necesidad²⁴ (frutas y legumbres en su mayoría). Su contenido abarca una amplia gama de artículos, sin embargo se puede apreciar que el tianguis tiene limitantes, en el no podemos encontrar productos específicos como lo son electrodomésticos, (a menos que sean usados) medicamentos,... entre otros.

En un primer acercamiento se aprecian las herramientas, “chácharas” y artículos usados que se sitúan a las orillas y bifurcaciones aledañas al tianguis. Seguidos de estos se encuentran puestos con poca mercancía, conforme se avanzan en el tianguis se puede apreciar puestos de diferentes giros, como dulcerías, películas (piratas), joyería de fantasía y bisutería. Poco a poco se van concentrando los comercios de mayor concurrencia hacia la zona central, y lateral del tianguis; los puestos con comida, y aquellos que venden frutas y legumbres. Los giros existentes son variados, y están mezclados en todo el tianguis. Existe una distribución heterogénea en todo el tianguis; van desde ropa, venta de zapatos, (para no afectar la venta de otro similar) no se repite dos tipos de comercio de la misma especie de forma continua, (como se hace en tiendas departamentales o en el supermercado), excepto los de chácharas que tienen secuencia en las orillas del tianguis. La mayoría de los giros están alternados con otros; se puede encontrar un puesto de frutas seguido de uno de ropa, ó con uno de discos y discos compactos, por ejemplo.

²² Esto a pesar de que en el reglamento de Mercados y vía pública prohíbe la existencia de dos tianguis a menos de 100 metros.

²³ Datos obtenidos en entrevista realizada al Líder del Tianguis, además esta información fue cotejada en el municipio con el croquis que el Líder dio al municipio.

²⁴ Se consideran como productos básicos, los alimentos, perecederos, etc.

Entre los puestos que más sobresalen por la cantidad de personas que consume sus productos son los de comida. Éstos son variados de mariscos, pescado, los que venden gorditas, quesadillas, aquellos de pancita, barbacoa, birria, y mixtotes. Los giros más solicitados por los visitantes del tianguis, son los de frutas y legumbres ya que las amas de casa compran mercancía a granel aprovechando las ofertas que les proporcionan los comerciantes²⁵. Es muy concurrido tanto por los habitantes de la colonia, como los de las colonias aledañas beneficiándose de su variedad. Es además una opción de entretenimiento y convivencia para las familias que van a consumir los productos y alimentos al tianguis, esto debido a que se coloca el día domingo que resulta ser un día de convivencia familiar.

Los puestos (en su mayoría) son de estructuras metálicas armables y desarmables de fácil movilidad. Para cubrirse de la intemperie cuentan con algunas lonas o plásticos que están amarradas a postes, árboles y domicilios próximos e incluso a otros puestos. La energía eléctrica la obtienen colgándose de algún poste de luz (con los llamados diablitos o utilizando alguna “bajada²⁶”). La mayoría de los comerciantes cuentan con utensilios y herramientas para la medición de sus mercancías como lo son las básculas. En este caso es muy semejante a los mercados, ya que en estos se necesita de un instrumento calibrador para vender la mercancía. Existe una diferencia entre los puestos que se exponen en la vía pública con el tianguis, ya que la mayoría del comercio informal no utiliza este elemento la mercancía se vende por tanteo. Los utensilios varían dependiendo del tipo o el giro del comercio, en el caso de la ropa, o de algunos otros artículos no se requiere este tipo de instrumentación.

Los comerciantes son muy heterogéneos en cuanto a edad y sexo. Se encuentran personas muy jóvenes que van desde los 20 a los 29 años. Algunos son dueños de su propio negocio como la venta de películas y discos compactos. Se pueden encontrar niños que van acompañando a sus padres; éstos sólo se dedican a atender a la clientela y

²⁵ También llamados “Marchantes”, a las personas que consumen después de un tiempo con la misma persona, esta es una forma coloquial de referirse al comerciante, sobre todo cuando se tiene un tiempo regular de consumo con este comerciante.

²⁶ Término coloquial que se utiliza cuando en los postes de Energía Eléctrica se baja un cable y queda suelto; esto se hace para poder tomar la energía eléctrica sin necesidad de pagar por su uso.

organizar parte de los artículos de menor peso. También se pueden ver personas entre los 30 y 50 años, y la variedad del comercio no encierra a un cierto tipo para una cierta edad. No hay un grupo o patrón que sobresalga de los demás. Algunos se dedican desde la comida, ropa, zapatos y otros giros, también existen personas de edad avanzada, donde los productos que venden son de fácil manejo, y de peso ligero. Si tienen o venden mercancía pesada tienen ayudantes. Las mujeres que se pueden encontrar se dedican en su mayoría a giros de comida y giros de fácil manejo donde no se requiere manipular objetos pesados. En el caso de los hombres su mercancía va desde aquella de peso ligero (objetos de no más de un kilo) hasta la más laboriosa en cuanto a su manejo, como cargar objetos pesados como lo hacen los que se dedican a las frutas y legumbres, los carniceros, y algunos otros, ya que ellos cargan costales, cajas de madera con mercancía que varía entre los 25 y 30 kilogramos como mínimo cada una. En el caso de carniceros que cargan reses, donde se requiere mayor fuerza para manipular estos artículos u objetos.

La integración en el tianguis resulta benéfica y accesible, para aquellos de escasos recursos que han tenido un acercamiento con el comercio, debido a la experiencia, manejo y conocimiento previo en la venta. La garantía de comercialización es amplia por la cantidad de personas que lo visitan. La facilidad y practicidad con la que se puede ingresar como vendedor del tianguis es uno de los atractivos para que las personas que se dedican al comercio accedan a él, no es muy exigente ya que al menos se necesita un día disponible para vender en el tianguis (aunque existen tianguistas que trabajan diferentes días con otras asociaciones). Parte de la atracción del “Tianguis como mejor opción” es el control, la organización y administración que se da en él, ya que por una parte brinda la tranquilidad y garantía de consumo, bajo el control restringido de cada uno de los bienes. Y por otra parte existe la ventaja de baja competencia, lo que garantiza y asegura la inversión ampliando la venta del producto.

4.2.2 La organización del Tianguis.

El ayuntamiento determina el día para que acudan a vender los tianguistas (En este caso solicitado por el líder). El comercio en vía pública, se realiza bajo la tutela de su líder el

Sr. Ramón Maldonado Juárez²⁷, que a su vez representa los intereses de sus agremiados ante *Vía pública*²⁸ oficina que se encarga de emitir las condiciones y el permiso para que inicien su función. La organización se supedita bajo las condiciones que señala el Reglamento de Mercados y comercio en vía pública.

La Tesorería expide el permiso, concesión o cédula de empadronamiento con la cuál deberán contar los comerciantes para efectuar esta actividad²⁹.

La organización del tianguis la realiza el Sr. Maldonado con la ayuda de sus hijas, a las que llama delegadas. Este apoyo le permite un mayor control de sus agremiados.

Para ingresar al tianguis no se solicita ningún trámite administrativo previo, más que la cooperación de la cuota de 20 pesos al día, añadido a una asistencia regular de forma constante ya que al faltar una vez se sanciona al comerciante y no se le da lugar ese día. Si reincide dos veces continuas se sanciona dos semanas y si es recurrente la falta se le quita el lugar, y pierde derecho a vender en el tianguis.

El tianguis “**mercado rodante Benito Juárez, del Estado de México, Asociación civil**”, comienza sus funciones a partir de las siete de la mañana hasta las cinco de la tarde.

La conformación está integrada por 445 comerciantes. Entre sus obligaciones está el pago de anuencias como una forma de legitimar su estancia y el derecho de piso, además de efectuar un pago para la recolección de la basura que genera el tianguis.

El pago de derecho de piso se realiza de acuerdo al cálculo para el cobro de personas Físicas, morales y Tianguis que se hace en el Código Financiero de Huixquilucan 2006-2009. Se desprende del Art. 154, que para el 2007 y 2008, dicho pago corresponde a .050 salarios mínimos para puestos fijos, semifijos, y ambulantes, con una superficie hasta de dos metros cuadrados (que en el 2005 era igual a 2.457 anual). La relación está dada por los días que se utiliza la vía pública (para la venta en el periodo 2007) es decir los días

²⁷ Los tianguis en Huixquilucan requieren cubrir algunos requisitos, entre ellos: un representante o “líder”.

²⁸ Departamento encargado de expedir los permisos para la venta en la vía pública en el Estado de México.

²⁹ Ver en Memoria del Foro sobre el comercio en vía pública en el Distrito Federal, y datos de INEGI-STPS, Encuesta Nacional de Micro negocios

domingos (52), multiplicados por la tarifa establecida por el municipio. Al resultado se le suma el número de comerciantes, la cantidad por persona es igual a 2.48 pesos por cada dos metros cuadrados por persona al día. El pago que efectúa Don Ramón es de 444 pesos semestrales por el concepto de derecho de piso, y se hace directamente en la tesorería de Huixquilucan.

El pago de derecho de piso brinda a los comerciantes seguridad administrativa, debido a que consideran el cumplimiento de tal contribución como “impuesto” rasgo peculiar del comercio formal, pero en los tianguis no se obliga a cumplir con ninguna reglamentación, a diferencia del comercio formal que se da en establecimientos físicos. Las autoridades indican la dificultad de tratar de cobrar y regular los servicios de un tianguis debido a que los comerciantes constantemente están cambiando de giro o actividades, o debido a lo esporádico que resulta su integración al tianguis. Sin embargo la contribución que realizan al municipio los ubica dentro de una reglamentación formal, por ello no se consideran informales.

El tianguis, tiene su propia reglamentación y normatividad. Funge bajo un marco formal y legal, con una reglamentación interna para los comerciantes dentro del tianguis. Otra con el municipio, de tipo administrativo- legal. Ante autoridades correspondientes, cumple con un compromiso al interior de la asociación supeditando a los comerciantes bajo el control y el mando del líder (representante), Si esta normatividad no se cumple se cae en irregularidades.

Las sanciones pretenden regular aquellas faltas que generen descontento entre los comerciantes, e identificar malos elementos que pudieran producir fallas ó alterar el equilibrio y orden de la asociación. Existe una diferencia en cuanto a los comercios en vía pública de los lugares más transitados, el tianguis funciona bajo la lógica de un reglamento, normas establecidas para su regulación representa la parte intermedia entre lo formal y lo informal pero no lo excluye de caer en irregularidades.

Se puede identificar por lo menos cinco tipos de irregularidades dentro del marco normativo del tianguis.

4.3 Irregularidades dentro de la organización.

Una irregularidad la constituyen los comerciantes que se colocan cerca al tianguis sin ser parte de la organización. Estos provocan un descontento en cuanto a la obligación del pago por derecho de piso, que se solicita a los que conforman el tianguis. Tal descontento es similar a lo que se da con los comerciantes informales con respecto a los formales. Ésta parte de la reglamentación que se debe cumplir, permite ver la diferencia entre los que contribuyen con su donación al municipio, y aquellos que no lo realizan, como una forma de informalidad externa³⁰.

Se cae en irregularidades por parte de los integrantes del tianguis, cuando no se acatan las reglas, generando un desconocimiento y descuido de parte de la persona que representa los intereses comunes, hacia aquellos que cometen la falta.

Aunque en el reglamento se establece que los comerciantes deben levantar su negocio a las 13:00 horas, estableciendo un total de 6 horas, en realidad lo hacen a partir de las 15:00 a las 18:00 horas, con un total de 9 a 10 horas. Esta es otra de las irregularidades que se presentan en este tianguis.

La tercera irregularidad que se puede apreciar, esta en relación con el punto cinco del reglamento del municipio. Existe una prohibición con respecto a los amarres que utilizan los comercios para instalar sus puestos. Se apoyan en los domicilios, bardas, postes, y árboles. Esto no cumple con el reglamento pues para instalar los puestos omiten esta regla. Esta irregularidad es tolerada ya que al no quejarse los vecinos o las personas afectadas, se permite.

A pesar de los esfuerzos que hace el Sr. Ramón, no impide que se generen irregularidades que afectan directamente la organización de su asociación:

³⁰ Se sabe de este malestar porque así lo expreso el Sr. Ramón líder de la asociación. Él dice desconocer aquellos que se colocan anexos al tianguis, por lo que no intercede por ellos ante las autoridades cuando llega vía pública los levanta y se lleva su mercancía.

Una cuarta irregularidad tiene que ver con una falla administrativa que afecta a la asociación “Mercado ambulante Benito Juárez”. El tianguis vecino se coloca tan cerca al liderado por el señor Ramón que parece uno solo. A pesar de la reglamentación por parte de vía pública que prohíbe la existencia de dos tianguis el mismo día a no más de 800 metros. Es del conocimiento de la autoridad esta falla (sólo 10 metros los separan), y no han intervenido para corregir esta irregularidad. La oficina encargada otorga el permiso, se registra tanto el día y el lugar donde se establecerá el tianguis. Se entiende que es la misma autoridad quien comete la falta sobre el otro tianguis, aún cuando la asociación cumple con los requisitos para seguir vigente; como el croquis del tianguis, el número de asociados, el pago al derecho de piso, salubridad entre otros, esta irregularidad es permitida debido a la recaudación fiscal que beneficia al municipio.

Hasta el momento no se ha generado un conflicto de intereses, entre los líderes de estas asociaciones, o con los habitantes, pero en la medida que se vean afectados sus intereses, el municipio es quien deberá intervenir y evitar el conflicto. Por lo pronto el Sr. Ramón ha optado en dar atención, solución y asistencia sólo a aquellos que están integrados en su gremio.

La última irregularidad que se presenta en esta asociación consiste en que sus agremiados realizan ciertas acciones sin consultar al líder del tianguis. Algunas de las personas que tienen un lugar fijo en el Tianguis venden su posición como un arreglo entre el comerciante y la persona interesada. No solicitan un permiso especial, tampoco toman en cuenta al líder del tianguis. Esto es un arreglo considerado “*por de bajo del agua*” (según el punto de vista del entrevistado). La negociación fluctúa entre los cinco mil pesos hasta los catorce mil pesos, dependiendo del giro del comercio, el tamaño (metros) y ubicación que tienen el comerciante en el tianguis, dando una tipo renta del suelo ganancia a la persona que cedió su lugar. Esta irregularidad está fuera del conocimiento de Don Ramón, ya que él no interviene en la transacción, a él sólo se le informa que la persona que utilizaba el lugar dejará de ir y que en su lugar se instalara un familiar o un conocido, como parte del proceso de venta del lugar. Lo único que solicitará don Ramón es el pago de los 20 pesos que cobra a todos los comerciantes.

4.4 Los comerciantes y su relación con el tianguis.

Existen quienes se integran al tianguis porque representa su forma de vida, ya que trabajan constantemente en diferentes tianguis diferentes días de la semana, y han trabajado en el comercio en diferentes etapas de su vida. Este tipo de comerciantes son los que han logrado su consolidación en el comercio, es para ellos un oficio, pero existe el otro tipo de comerciantes que no son recurrentes en el tianguis, son transitorios y responden a una dinámica ocasional.

Los vendedores ocasionales ó transitorios, no acuden con la intención de ser parte integral de este tipo de asociación. Ellos recurren a vender en el tianguis por temporadas, como lo son el 14 de febrero, el 30 de abril, el 10 de mayo, semana santa, día de muertos y en diciembre, de forma temporal, debido a que pueden aprovechar el auge del comercio, y acuden o se incrementa un poco el número de comerciantes, y de consumidores. En esa medida son nombrados transitorios ya que aprovechan la ocasión de venta como una estrategia de mercado, para obtener ganancias.

Cuando se recurre de forma constante a vender en el tianguis, existe un interés para dedicarse de lleno y plenamente a esta actividad como su principal actividad portadora de incentivo económico para obtener un sustento, es como puede entenderse en oficio.

Algunos otros comerciantes realizan parte de la manufacturación, o la elaboración de sus productos; compran su materia prima, realizan el producto y lo llevan a los tianguis para su comercialización. Un ejemplo podría ser las personas que venden comida; Ello permite generar una mayor parte de la ganancia, pues el beneficio radica en poca inversión y mayor utilidad. Estos comerciantes responden a una estrategia de mercado ya que maximizan el beneficio económico al ser ellos quienes generan su mercancía o una parte de ella; pero que además representa ser parte de la sobrevivencia, pues genera un ahorro.

4.5 ¿ESTRATEGIA DE SOBREVIVENCIA EN EL TIANGUIS?

Toda estrategia pretende resolver una necesidad, o una carencia. El hablar de estrategias de sobrevivencia familiar o individual, alude al complemento del ingreso, o subsidios. La opción de estos medios puede ser o no los más apropiados y es el individuo quien determina la elección para encarar esta realidad, que involucran su nivel educativo, la experiencia, la edad, el sexo y su predisposición.

“Desde los ocho años, con mi mamá, y ella también trabajaba en un tianguis...”³¹

Mauricio es hijo único, su familia está comprendida entre él y su madre. Aprendió parte del oficio de comerciante de sus padres ya que estos se dedicaban al comercio cuando era niño, por lo que utilizó este oficio como estrategia para sufragar su propio gasto. Su madre en un tiempo se dedicó a la venta de dulces en un local formal, con reglamentación muy distinta a la que se da en el tianguis, o al comercio en la vía pública. Mauricio es estudiante pero eso no impide acudir al tianguis para exponer su mercancía. Comenta que se podía dividir entre la escuela, el tianguis y otro negocio, debido a la flexibilidad que brinda el tianguis (pero sobre todo el comercio). Los giros a los que se ha dedicado incluyen la venta de “chácharas” (objetos usados que pueden tener un segundo uso, y que básicamente están compuestos por herramientas), y la venta de bisutería, como pulseras y collares que él mismo hacía, esto le permitía maximizar sus ganancias. También se ha dedicado a la venta de pescado, éste último indica Mauricio, era el más complicado y el menos fructífero, Mauricio trabajó en el tianguis por un año y medio. Fue fácil integrarse al tianguis, prácticamente no le solicitaron ningún requisito previo, no se le solicitó una especialización, ni mucho menos un requerimiento burocrático. Tampoco se le cuestionó la procedencia de su mercancía, en comparación con un comercio establecido. Para obtener un lugar dentro del tianguis fue necesario solicitarlo con el encargado de la distribución de lugares, para esto debía estar desde las seis de la mañana (y poder instalarse a las siete de la mañana). Esto no era garantía, pues si no se encontraba a la hora precisa no alcanzaban un lugar bien ubicado, o podía quedar sin un lugar y por lo tanto no vender su

³¹ Mauricio, Informante clave.

mercancía. Esto es importante pues el flujo de consumidores garantiza una buena venta. Mauricio al conocer parte del oficio, se le que facilito la elección de esta actividad como estrategia ya que lo único que debía hacer era cubrir la cuota de derecho de piso. En este caso su inserción puede considerarse como una estrategia, ya que se considera la búsqueda de un ingreso extra.

Las estrategias de sobrevivencia están enfocadas, a un conjunto de iniciativas que buscan complementar el salario que en el caso de Mauricio es el ahorro, parte de la concepción tiene que ver con el ingreso, pues este no es auto productivo, requiere de una inversión, ya sea de tipo laboral, ó económico que le den un rendimiento extra, obteniendo ganancias o un plus de una inversión provisional e inicial, o por medio de algún medio bancario (no necesariamente, la inversión es tan mínima que en ocasiones no requiere de este recurso). Mauricio ha realizado diferentes actividades como comerciante, esto con el fin de maximizar sus ganancias de tal forma que le permitan obtener el beneficio económico. Anteriormente trabajaba en el tianguis con su novia (a la que considera su socia) las ventas oscilan entre los seis cientos pesos al día, mismos que eran divididos entre ambos en porcentajes iguales para cada uno. Las ganancias que obtenía del comercio eran utilizadas para sus gastos personales, con lo cual ayudaba en el gasto familiar sin necesidad de beneficiar directamente el ingreso familiar, ya que de esta forma al no solicitar dinero a su madre genera un ahorro en el núcleo familiar y por supuesto complementa el ingreso.

*"El tianguis era para obtener un ingreso extra, y para obtener una experiencia más, de vender en un tianguis"*³²

El hecho de que sus ingresos los obtenga del comercio, no determina de forma definitiva que esta actividad figure como su forma de vida. Este joven determina la elección, la instancia dentro de esta actividad, ya sea el cambio, o su continuidad.

"Bueno porque el tianguis es nada más los domingos, la escuela es en las mañanas y en las tardes el otro negocio".

³² Mauricio.

Actualmente ya no trabaja en el tianguis debido a que su tiempo entre la escuela y otro comercio lo ocupan totalmente. Hay que recordar que la asistencia debe ser constante, y al faltar, el lugar que se les asignó en el tianguis es removido, por lo que perdió el derecho de continuar vendiendo.

La justificación que da un segundo entrevistado fue la carencia de educación y profesionalización, y al no tener un nivel educativo que le permitiera ingresar a otro tipo de trabajo con prestaciones, opta por adquirir un oficio en el cual ella tiene conocimiento previo, figurando como una opción para poderse mantener. En este caso como en el anterior su madre se dedicaba al comercio y funcionaba como oficio. La estrategia requiere o representa a la vez un “plus” y en esa forma compensa la situación de desequilibrio económico, e incluso permite el ahorro. Se recurre a la estrategia cuando es necesario optar por un incentivo adicional. En el caso de las familias que recurren a esta estrategia, se observa como una elección que es adquirida a través de los padres y en otra como una forma recurrente, o transitoria, para obtener ganancias. Algunas veces se recurre a esta actividad por la falta o complemento de subsidios económicos, y pueden o no participar en él la familia completa o sólo una parte de sus miembros.

En el siguiente caso se aprecia que no todos los que se dedican al comercio, lo hacen con relación a un negocio propio, existen personas que al no contar con la inversión necesaria ofrece su mano de obra.

La Sra. Patricia³³ comenta que en algún tiempo su madre se dedicaba al comercio, ella participaba en la actividad como una persona observadora e incluso como persona activa desde los ocho años, con el tiempo entendió y aprendió la dinámica del comercio (además de que le gusta la actividad), a partir de este proceso de socialización, se involucra dentro de las formas de organización de un tianguis y llega a una etapa de su vida en la cual la necesidad la hace recurrir a esta forma específica de ganarse la vida. Comenzó a participar de forma concreta como comerciante cuando se vio en la necesidad de obtener ingresos

³³ Patricia Baltasar Dávila.

para mantener a su hija, ya que es madre soltera. Al representar el papel de madre soltera hoy a sus 22 años asume el papel de jefe de hogar y es mediante el único oficio que conoce que da solución a la necesidad de buscar una fuente de ingresos que le permitan subsistir y mantener a su hija, comenta que al no saber hacer otra cosa, aunado a la experiencia del comercio que aprendió de parte de su madre le permitió tomar esa decisión. Emplearse como comerciante. No es dueña del local donde trabaja, pero si de su mano de obra, ya que trabaja para otra persona, este es el único ingreso que ella recibe, no cuenta con otro ingreso diferente o extra al que recibe de su trabajo, no tiene ni siquiera una fuente alterna por parte de algún familiar, ella trabaja desde las siete de la mañana hasta las ocho de la noche, va a diferentes lugares en distintos tianguis, “el lunes, vamos a la Gustavo Baz, el Miércoles, vamos a Atizapán de Zaragoza, el Jueves a las Águilas, Viernes en Tequesquinahua, el sábado a Observatorio y el Domingo aquí en San Fernando”, eso le permite obtener una fuente de ingresos constante y aunque el acceso al tianguis es fácil no recae directamente en ella, ya que ella trabaja para otra persona, pero aun así, no deja de ser una estrategia de sobrevivencia.

En el caso de la Señora Patricia el comercio en el tianguis funge como estrategia de sobrevivencia en un momento determinado de su vida cuando se convierte en madre soltera y se ve ante la necesidad de mantener a su hija, decide al comercio, ésta elección está condicionada por su socialización, posteriormente se convirtió en un oficio, actualmente trabaja en un puesto de dulces en el tianguis de San Fernando.

“Porque no acabe mis estudios y más que nada me gustaba trabajar en el comercio.”

Si la señora Patricia hubiera acabado sus estudios, muy probablemente habría tenido más posibilidades de elección, pero el hecho de ser madre soltera aunada a la falta de estudios trascendió a optar por el único oficio que ella conocía.

En el siguiente caso se puede apreciar otra forma de estrategia; aquella que hace referencia a la edad adulta y la experiencia pero que recae en la edad productiva a la que hacen referencia las empresas o los empleos formales, existe un punto en el cual la

alternativa representa la forma alterna de encarar la situación y esta es reconocida hasta cierto punto.

“A horita ustedes están jóvenes pero uno ya de grande va ha buscar trabajo y ya nadie le da trabajo, en su trabajo que usted estaba lo indemnizan, no se va a sentar usted a comer su indemnización, se va usted a salir a buscar en que moverlo, ¿que de qué? pues de comerciante, que sucede cuantas de la veces va usted a comprar mercancía y a donde la vende, entonces tiene que venir a fuerzas conmigo, déme un lugar, consígame un lugar, ¡órale!”³⁴

Don Ramón es una persona de la tercera edad cuenta con 66 años, se dedica al comercio desde que se jubiló. Él hace hincapié en un problema que se da entre la gente de esta edad, la “edad laboral deseable”. La mayoría de las empresas requieren fuerza productiva que oscilen entre los 25 y 35 años para ser contratadas y hay un tiempo establecido en el trabajo real que va en promedio de los 25 a los 50 años, y una vez que se llega a la edad madura las opciones laborales disminuyen y el comercio en el tianguis aparece una vez que han pasado esta etapa laboral, muchas veces no puede ser redistribuido, y el comercio en el tianguis termina por ser “óptimo”, Don Ramón menciona un punto muy importante dentro del análisis, la “jubilación”, cuando se ha llegado a este punto, difícilmente, hay opciones que puedan maximizar el ingreso. La economía se ve subyugada a las limitaciones de ese ingreso, por lo tanto la búsqueda de opciones que permitan un “adicional” o un incremento de éste es el plus que permite la subsistencia. En un momento dado de su vida la venta en el tianguis resultó ser una estrategia que le permitió seguir manteniendo un nivel de vida estable, hasta que se convirtió en un oficio.

“A mis delegadas, les di una orden la gente así ya muy grande no cobren plaza; viene a buscar cualquier pesito, que se los quite yo no se vale, así que se va sin pagar, pero ya va con anuencias, pero ya no le cobres porque ya son gente que ya, lo poquito que se va, se va ya para su casa, yo creo que es lo más correcto...”³⁵

³⁴ Entrevista realizada en octubre del 2007 al Sr. Ramón, Líder de los comerciantes del tianguis de San Fernando.

³⁵ Sr. Ramón.

El señor Ramón trastoca otro punto importante en cuanto a la estrategia familiar, referido a la necesidad (económica, sobre todo) en la cual es necesario hacer rendir el ingreso. El señor Ramón indica que existe gente adulta que una vez que se jubila no puede seguir manteniendo un nivel estable de vida, requiere movilizar estos recursos para seguir subsistiendo (algunas cuantas personas), a través de la inversión de este ingreso y obtener ganancias, con el fin de generar un extra, o por lo menos un incremento, por otro lado existe gente que mediante su edad laboral no consiguió beneficios sociales, y mucho menos una jubilación, estas personas necesitan mantenerse ocupadas constantemente para generar incentivos económicos, y algunos recurren al tianguis para buscar un extra.

El “Tianguis” es muy heterogéneo en cuanto a su composición, la convivencia familiar es una variable que bien puede describir la estrategia. La dinámica laboral puede incluir a todos o algunos miembros de la familia dentro de la misma área de trabajo (como un apoyo laboral). Su similitud se aprecia en función a sus integrantes, en que apoyen el ingreso familiar, ya sea como trabajador no remunerado³⁶.

“Bueno, estamos en una plaza pública donde entran de todo, usted puede ver aquí por ejemplo que la mayor parte somos ya gente adulta, hay jóvenes también como esta muchachita, hay jóvenes también ¿porque no?, pero por decir ella viene bajo la consignia de su señor padre ¿no? y su señora madre, y así como eso hay muchos, pero la mayor parte de los que andamos en esto ya somos gente ya grande, adultos no le voy a decir a usted que ya ancianos no, pero sí gentes, traemos mucha gente ...”

La otra cara de la moneda en cuanto a las estrategias de sobrevivencia la presentan los consumidores, (los precios que expone este tipo de comercio esta enfocado a personas de bajos recursos, y no excluye el acceso a personas de mayores recursos) pues genera un ahorro en sus recursos económicos y puede generar un ahorro en el ámbito familiar. La venta permite a los consumidores del tianguis un ahorro en cuanto al gasto dedicado a la

³⁶ El trabajador no remunerado, en la mayoría de los casos son aquellos individuos que trabajan con algún familiar, sin recibir de éste un salario fijo o prestaciones de ley, por aunque contribuye al aumento de ganancias por medio de inversión laboral.

que el hecho de vender en el tianguis, le ayuda como distracción para salir de la rutina, y le brinda un recurso monetario. La venta del uniforme, en el tianguis es una opción que le permite mover su mercancía a otros consumidores, trabaja seis horas, comenzando desde las diez de la mañana hasta las cuatro de la tarde.

Las Sra. Maria Elena comenta que para obtener una buena ganancia de sus productos tiene que trasladarse al centro para encontrar buen precio en cuanto a su materia prima, y de esta forma obtener una ganancia considerable, aunque diferencia el costo del uniforme, según el tipo de clientela, ya que las personas que acuden a escuela de paga efectúan el pago del valor del uniforme a un precio más alto que en correspondencia con los que van en escuelas de gobierno.

En el Tianguis a logrado obtener un ingreso extra aunado con su oficio de costurera, ya que cuando ofrece sus mercancías en el comercio, logra comercializar tres productos, en lugar de uno. Estos productos, son presentados a una población local que cuando requiera de este tipo de productos sabrá donde encontrarlos. En este caso la señora María Elena a optado por un oficio estratégico, ya que es el único medio que conoce para auto emplearse en su oficio de costurera, y recurre al tianguis para vender su mercancía, su venta la hace directa y mediante intermediarios (las escuelas), esto además la hace comerciante, y aunado a esto lo ha complementado con una estrategia de mercado, ya que al vender el uniforme complementa la venta con artículos escolares, cubriendo un mercado más amplio que no va de un tipo de articulo, a una variedad con respecto a su producto inicial que fue el uniforme. Cuando la señora María Elena se quedó sin trabajo su estrategia radicó en hacer lo que sabia, dando solución al desempleo. Cuando ingreso al tianguis lo hizo para poder comercializar su producto, después de eso logró garantizar su comercialización en las escuelas, formar un mercado más amplio, pero no por eso dejo de vender en el tianguis, ya que en el expone su mercancía y su clientela deja de ser focal y se vuelve más heterogénea.

Cabe destacar que en este estudio se ha podido identificar diversos tipos en el uso de las estrategias de sobrevivencia, tales como: a) oficio que les ha permitido generar un incentivo económico; b) la estrategia que permitió la solución de una necesidad en una etapa de su

vida en la cual tuvieron que optar por ser comerciantes (u otro oficio) y de esta forma salir adelante; c) un oficio que no requirió una preparación previa. Los comerciantes han ido aprendiendo a través de la práctica, o lo aprendieron de algún familiar cercano, como algunos casos ya mencionados, pero se requirió de conocimientos básicos (sobre todo saber contar), con lo que puedan hacer operaciones básicas, hay una facilidad para dedicarse al comercio, en contraste al profesionista, que requiere una educación esquematizada, los conocimientos son necesarios para su profesión, por lo que se puede entender como estrategia de sobrevivencia. Se puede entender que algunos jóvenes no busquen otra alternativa laboral, ya que a la mayoría se les solicita ciertos requisitos, tales como educativos, capacitación, de experiencia, conocimiento en el área en que se va a desempeñar, además de una cierta competitividad laboral dentro de la institución.

Los especialistas en el tema explican o argumentan que las estrategias son formas alternas mediante las cuales se puede obtener y adquirir recursos para afrontar las necesidades o carencias, el punto de que lo logren o no es otra cuestión. Por otra parte se puede apreciar que las estrategias familiares (e individuales) funcionaron como tal mediante una parte del ciclo de vida familiar, que pudo haber sido cuando uno de los integrantes quedo desempleado, o cuando realizaba otra actividad para sufragar gastos; es decir el hecho de que una persona se desempeñe como comerciante está referido por la socialización que proviene de los padres, el hecho de continuidad con el oficio, es decir cuando el padre se queda sin trabajo y este al no encontrar otro medio de subsistencia, opta por integrarse al comercio (formal o informal) o la madre que al no tener otra fuente de ingresos opta por el oficio del padre o los abuelos que alguna vez se hayan dedicado al comercio, y que en una parte del ciclo familiar y de su vida se haya acontecido un cambio brusco en cuestiones económicas que generó este cambio.

El padre que al haberse quedado sin empleo recurre y cambia de actividad, y conforme se va dedicando a la actividad (al comercio por ejemplo), establece una socialización de los hijos con este oficio; inmiscuye a su familia dentro de este tipo de asociación, primero participa la madre y posteriormente integra uno a uno a los hijos, estos asimilan y aprenden del manejo del negocio, asimilan en gran parte la forma de vida del padre (esto

no es una generalidad, ya que muchas veces los hijos cambian de ocupación, y no necesariamente se siguen dedicando al oficio de los padres). Con el tiempo se genera ya no una forma, es más una opción y no un determinante, los hijos se pueden dedicar al comercio o cambiar de elección.

Algunas personas que se dedican al oficio de comerciantes comenzaron en él directamente como una estrategia con la cual le estaban dando frente a una necesidad de subsistencia, pero que pudo ser temporal y no trascendió más allá. La otra parte que se emplea como comerciantes lo hace como un oficio debido a que en algún punto de su vida tuvieron que buscar esta alternativa, conforme al paso del tiempo vieron en esto un recurso con el cual se podían ganarse la vida y se convirtió en un oficio. Hasta este punto se puede apreciar que existen dos tipos de comerciantes, aquellos que se dedican transitoriamente a este oficio (como estrategia) y que pueden o no continuar en él de forma definitiva. Otros son los que recurren en esto con una práctica aprendida de sus padres, primero insertándose en este tipo de actividad para después dedicarse totalmente y convertirlo en su estilo de vida (es decir hay una inserción, una profundización y una consolidación, y esta última etapa la alcanzan los que se dedican al comercio como un oficio), únicamente es estrategia cuando se está en un punto de necesidad y se le tiene que hacer frente.

CONCLUSIÓN

Como el lector ha podido apreciar mediante las características de las personas que se entrevistaron, se observó que algunos o la mayoría de los que se dedican al comercio lo han hecho porque sus padres eran comerciantes, y reproducen esta actividad.

Tres presentaron bajo nivel de escolaridad o estudios truncaos (algunas son madres solteras), otros lo reflejaron en su ocupación de desempleados y jóvenes estudiantes, lo que muestra variedad entre las necesidades de cada uno de ellos, que a su vez demuestra diferentes tipos de estrategia dependiendo del ciclo de vida de los entrevistados. La actividad por la que optaron (el comercio) sirvió en determinado momento como la solución a algún tipo de necesidad, a la que debían afrontar ante una situación inesperada

en la forma más inmediata. La mayoría expresó que lo que influyó en su determinación fue, su experiencia previa en el comercio.

En alguno de los casos la **estrategia se empleó** para enfrentar una **situación económica**, como en el ejemplo de la madre soltera que se embaraza joven, que cuenta con pocos estudios, sin oportunidades de empleo (al menos no uno con prestaciones). Cuando se tiene la necesidad de mantener a los hijos en un momento en que no se tienen recursos, o al quedarse sin empleo, reproduce la forma aprendida en el ejercicio del comercio la cual le sirvió para obtener ingresos y así poder mantener a sus hijos.

Se aprecia que las madres solteras sin estudios con padres comerciantes, vieron en esta actividad la solución con la cual disminuir el gasto familiar o la posibilidad de mediar el gasto propio. Probablemente su situación hubiera cambiado de haber seguido estudiando, por lo menos, ella tendría una posibilidad más para elegir otra actividad.

En el caso de los comerciantes jóvenes se ve claramente que la **estrategia radica** en la **disminución del gasto familiar**, más aun si son estudiantes, o cuando son casados, y/o con hijos, la necesidad de obtener ingresos propios es una prioridad y salvo en ocasiones es opcional.

Cuando se carece de experiencia para un trabajo formal, existen otros factores o particularidades que pueden ser un inconveniente para los jóvenes, ya que no sólo depende de la forma institucional. En el caso de un oficinista, se requiere cubrir cierto perfil solicitado por las empresas: experiencia laboral, conocimientos relacionados con el tipo de trabajo, disponibilidad de horarios, actividades extras, mismas que pueden en dado momento contraponerse a los intereses propios de un estudiante. Se requiere hasta cierto punto sumisión patronal, claro bien establecida en forma de un contrato, sometido bajo disposiciones preescritas por la empresa, muy distintas a las opciones que le da ser comerciante (informal), en la cual es él quien determina cuándo, en dónde y qué tiempo trabajar, aunado a los propios intereses de ser estudiante.

Se encontraron comerciantes que se han consolidado en la actividad ó que tienen una tendencia más marcada a serlo, aquellos que sus padres fueron comerciantes, debido a la socialización que generaron los padres a sus hijos en esta actividad, cabe aclarar que esto no es determinante ya que depende en gran parte de las aptitudes, y los intereses del propio individuo.

Para un joven que estudia, el ser estudiante implica una posibilidad para cambiar de actividad, el estudio es un elemento optativo que puede diferir de las opciones que tuvieron sus padres. La preparación hace la diferencia entre los recursos, aunque probablemente se tiene una tendencia mayor a caer en el comercio cuando resulta ser la única opción debido a la experiencia previa que obtienen del oficio, lo que los hace más susceptible a proseguir en esta actividad.

También se encontraron personas que comenzaron en el comercio como **estrategia** y que se han consolidado en este como **oficio**. Tal es el caso de las personas mayores; en la que su edad laboral productiva deja de ser la óptima para las empresas que generan prestaciones de ley y un salario fijo. Para este sector de “Jubilados” mediante su vida laboral obtuvieron una pensión monetaria que al no ser suficiente para cubrir sus gastos, no pretenden vivir sólo de su pensión, se buscan que este ingreso se incremente. Aunque alguna vez tuvieron un trabajo formal, al quedarse sin trabajo, el comercio resulta ser una alternativa de empleo, en la que consiguen ser productivos y obtener recursos económicos, ya que esta actividad resulta ser una buena opción para la ampliación o estabilización de su economía.

El cambio de estrategia se da a oficio, según los especialistas en el tema, cuando se ha solventado la necesidad económica, generando una actividad primaria con la cual obtener el sustento.

Quien elige el comercio como la opción para cubrir necesidades económicas, en un principio resulta una estrategia de supervivencia; la venta en el tianguis se convierte en oficio, sólo y cuando se cubren las necesidades prioritarias (sobre todo económicas) durante una etapa del ciclo de vida, y al no representar una modificación o un cambio en cuanto a esta actividad, su constancia la convierte en practicas cotidianas.

La estrategia es el recurso para obtener incentivos económicos, si con el tiempo se vuelve la actividad principal de sustento, y deja de ser transitoria; se adopta como actividad principal, convirtiéndose en una forma de vida, tal como y como lo menciona Torres. Esto pudo ser constatado con los comerciantes entrevistados.

Para el caso de aquellos que aprendieron mediante el oficio de comerciantes una forma de producir o generar parte o la totalidad de su propio producto, han obtenido del comercio en la vía pública una forma tanto de estrategia de supervivencia, como de estrategia de mercado, que alterna la forma en comercializar su producto.

El concepto de Estrategia de Supervivencia puede ser considerado como un concepto actual, puesto que se relaciona con formas alternas u opcionales que busca las personas para resolver de forma pronta una necesidad. La elección del tianguis por parte de nuestros entrevistados, tuvo influencia debido a la experiencia previa, otra parte elige este tipo de comercio debido a la practicidad y flexibilidad que le permite este tipo de comercio. El comercio en el tianguis ha servido como un recurso para obtener ingresos económicos, tanto individual como de forma familiar, además se da la diferenciación entre el comercio como actividad principal, y como estrategia para obtener ingresos extra.

En una familia (Organización doméstica), se puede apoyar en redes de apoyo mutuo en la producción de bienes y servicios, por medio de “otros ingresos”, La modificación de la “Estructura socioeconómica” busca complementar el ingreso para “asegurar de forma parcial o total, la reproducción de sus miembros como en el caso de Mauricio y su novia por medio del auto sustentó, lo que implica coordinar todo tipo de acciones para la conducción de defensa ante situaciones inesperadas.

La estrategia de supervivencia se aprecia en los miembros de la familia, pues son quienes han tenido que ingeniársela para sufragar gastos, tanto personales como familiares en busca de un beneficio que mitigue parte de las necesidades de cada uno de los miembros.

El comercio informal continuará su crecimiento en la medida que las personas se sigan sirviendo de este, en parte, porque permite incentivos económicos para quienes lo utilizan como oficio, y por la demanda que generan los consumidores que acuden a él en busca de ahorro en su economía, su informalidad ha constituido la forma pronta fugaz para su atracción y mantenimiento.

Vitrina Metodológica.

La técnica de investigación que se utilizó para el presente estudio es de tipo cualitativo.

En primera instancia se realizaron recorridos en el territorio de Huixquilucan para buscar informantes clave que proporcionarán información del Tianguis de San Fernando con el fin de conocer la dinámica del tianguis.

Se realizaron dos tipos de guiones de entrevistas estructuradas, una para el líder de la organización otra para los comerciantes del tianguis. En caso del primer guión se realizó en función de: conocer cuando se generó y como funciona la organización, la estructura interna, su ubicación, extensión así como la funcionalidad del tianguis en cuanto a su distribución y contenido. Para el caso de los comerciantes la importancia iba en relación a su inserción al tianguis, los motivos por los que se integraron a este tipo de comercio, como se integraron, y su relación con el tipo de productos que venden, tomando en cuenta su edad y sexo.

La selección de los entrevistados fue aleatoria, a fin de no discriminar en cuanto a edad, sexo, o los productos que ofrecen.

También se realizó un sondeo referido a la perspectiva de los consumidores con respecto al tianguis, y al ahorro que obtienen en los productos, para entender una panorámica general por parte de los consumidores.

Además se solicitó información adicional al Delegado de San Fernando el Lic. Carlos Calderón, y al Lic. Joel Sambrano Jefe del departamento de vía Pública en el Municipio de Huixquilucan.

BIBLIOGRAFÍA.

Alba Vega Carlos, Dirk Kruijt, (1995) en capítulo. I “pobreza, empleo y sector informal” y capítulo II “la sociedad informal” en *LA UTILIDAD DE LO MINÚSCULO, Informalidad microempresa en México, Centroamérica y los países andinos* (pp.15-46) (pp.47-63) Colegio de México. México.

Alcalá Martínez, Alma Delia, Montes Velázquez Lizet. (2005) “La organización de comerciantes en la vía pública, ¿una forma de participación ciudadana? UAM-A México.

Cobos Mejía, Nancy, Ramírez Mónica (2001) “Elementos socioculturales del comercio en vía pública en la villa de Guadalupe” UAM-A México.

Cortes, Fernando, Cuéllar, Oscar. (coords) (1990) *Crisis y reproducción social: Los comerciantes del sector informal*. Edit. Miguel Ángel Porrúa, FLACSO. México.

Cueva Arellano, Rolando, (2001) *Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina*. Edit. McGrawHill, México.

De Lomnitz, Larissa A. (1998) *Cómo sobreviven los marginados*. Siglo XXI editores, México (229) p. 14a edición.

Dieter Paas Achatan, Jacobo (1991) *El sector informal en América Latina, Una selección de perspectivas analíticas*. Centro de investigación y Docencia Económicas (CIDE), Fundación Friedrich Naumann, México.

Domínguez Prieto Olivia. (2004) “El Comercio en Vía Pública desde la perspectiva de género. Las vendedoras y lideresas en las calles de la ciudad de México”, en *Una mirada de género a la ciudad de México*. Edit. RNIU, UAM- A México.

Fuentes Romero Francisco, Martínez Cervantes Nancy Fabiola, Núñez Pineda Hugo (1999) “El comercio semifijo en el perímetro “A”, un crucigrama en el Centro Histórico de la Ciudad de México” UAM-A, México D.F. (Tesis)

Gómez Méndez Norma Angélica (2006) *Redes sociales y diferenciadas de hombre y mujer para ingreso y la permanencia en el comercio en vía pública de la Ciudad de México*. FLA CSO, México

Herrera Domínguez, Felipe Gerardo “Los comerciantes en la vía pública: el caso del Centro histórico de la Ciudad”, COLMEX, México.

Herrera Medina, María de la paz (1997) “Las consecuencias ambivalentes del comercio informal, estrategias para el uso comercial de la calle” UAM-I México, D.F.

Lezama, José Luis (1991) “Ciudad, mujer y conflicto: el comercio ambulante en el D.F.” en *Estudios demográficos y urbanos*, COLMEX, vol. 6 núm.3 México, Septiembre-Diciembre.

- Martínez Ramírez, José Mario (2001) "Pobreza y Desigualdad: como sobreviven los pobres en la urbe" UAM-A México D.F. (tesis)
- Mendoza Lima, Juan Gabriel (1999) "El comercio informal en la ciudad de México" México UAM-I México D.F. (tesis)
- Miranda Basurto Ángel (1969) en "El Horizonte Histórico (II): El imperio Azteca". *La evolución de México*, Editorial Herrero, México D.F.
- Nélida B. Perona *Aspectos simbólicos y socialización en las orientaciones económicas de los comerciantes*. Espacio urbano y comercio en vía pública (tesis) FLACSO, México 2006
- Oswal Spring, Ursula (1991) *Estrategias de supervivencia en la Ciudad de México* (Tesis) México: UNAM, Centro regional de Investigaciones multidisciplinarias.
- Parra Bernal, Leo Dario. (2005) *Un acercamiento a la heterogeneidad del sector informal: el caso de la Ciudad de México en 1994 y 2002*. ,FLACSO, México Julio.
- Portes Alejandro (1995) *En torno a la informalidad: ensayos sobre teoría y medición de la economía no regulada*, Edit. Miguel Ángel Porrúa. FLACSO, México.
- Quirós, E. Guillermo y Saravi Gonzalo, Andrés. (1995) En *La informalidad económica, Ensayos de Antropología Urbana*, en "Pobres e ilegales mirando en el sector informal" Centro Editor de América Latina, El Salvador. (pp.81-96).
- Sáinz Pérez J.P., Larín Menjivar R. (coords), (1991) *En Informalidad Urbana en Centroamérica, Entre la acumulación y la subsistencia*. Flacso, Venezuela.
- Solís Pérez, Celia Marlene *Comercio en la Vía pública y conflicto urbano: el caso del Centro Histórico de la Ciudad de México*. Colegio de México, México
- Torres J. Ricardo (1997) "El comercio en la vía pública como forma de supervivencia" en *Sociológica*, UAM-A, año 11, núm. 32, México Septiembre-Diciembre.
- ____ (1997) "El comercio en la vía pública: entre programas de reordenación urbana" en *Gestión y Estrategia*, UAM-A, núm. 11 y 12, México, Enero – diciembre.
- Tokman E. Victor (1995) *El sector informal en América Latina*, Dos décadas de análisis en "II. Las relaciones entre los sectores formal e informal. Una exploración sobre su naturaleza." Consejo Nacional para la cultura y las artes, México 1995 1ª edición.

Hemerografía

Ángel Bolaños Sánchez, en "No desaparecerán tianguis; "son fuente de abasto":GDF" *la Jornada* 6 de febrero del 2008, sección "capital", México, D.F.

Emilio Duhua y Ángela Gilia, Globalización e informalidad en la Ciudad de México, practicas de consumo y movilidad, (Revista semestral), TRACE núm.51 Junio 2007 (p.28-43) (www.cemca.org.mx)

Centro de estudios Sociales y Opinión Pública. Reporte temático No 2, *Comercio ambulante*, Cámara de diputados. 2008

Mendoza Islas, Fabiola "Diamante y Carbón. Apropiación del espacio y comercio callejero", en *Ciudades* (revista trimestral, red nacional de investigación urbana) núm.65, enero-marzo de 2005, RNIU, Puebla México.

Consulta en Internet:

([http:// www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)) Instituto Nacional de Estadística, geografía e Informática, junio 2007

(http://www.edomex.gob.mx/r_edomex/regiones.asp) Instituto Nacional para el federalismo y el Desarrollo Municipal, Gobierno del Estado de México, julio 2007

(<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/mexico/mpios/15037a.htm>) julio 2007

(<http://www.cemca.org.mx>)

Página principal del Ayuntamiento de Uruguay, en colaboración con la coordinación de vendedores ambulantes "permiso para ejercer el comercio en vía pública". Enero 2008

(http://historiamexico.blogspot.com/2006_07_01_archive.html)

Historia de México. Junio 2008

http://www.edomex.gob.mx/r_edomex/regiones.asp

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/mexico/mpios/15037a.htm>

<http://www.huixquilucan.gob.mx/>

Página principal del municipio de Huixquilucan.

Consulta extra.

Cronista Aquilino Coxtinica Calencia.

UAM Azcapotzalco DCSH

México D.F. a 7 de junio 2007.